

Perancangan Website Profil Studio Fotografi Beyond Portrait Di Surabaya

Maria Irawati

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Seni dan Desain,
Universitas Kristen Petra, Siwalankerto 121-131, Surabaya
Email: mariaira22@gmail.com

Abstrak

Studio fotografi merupakan jasa fotografi yang melayani permintaan klien yang ingin mengabadikan momen-momen penting mereka dalam bentuk gambar atau foto. Studio fotografi harus memiliki profil yang jelas untuk membangun hubungan jangka panjang dengan klien. Untuk memberikan informasi penting tentang profil dibutuhkan suatu media, salah satu media yang tepat adalah melalui *website*. Dengan adanya *website* yang jelas, diharapkan profil dari studio fotografi ini dapat tersampaikan dengan baik.

Kata kunci: Studio Fotografi, Profil, Website

Abstract

Website Design for Photography Studio Profile of Beyond Portrait In Surabaya

A photography studio is a photography services that serve client requests who want to capture their important moments in the form of drawings or photographs. Photography studio should have a clear profile to build long-term relationships with clients. To provide important information about the profile, one of the appropriate media is website. With the website, expected profile of studio photography can be conveyed properly.

Keywords: Photography Studio, Profile, Website

Pendahuluan

Banyaknya pesaing studio fotografi seperti Axioo dan Moire yang cukup terkenal di kalangan Surabaya, memicu Beyond Portrait untuk memperkenalkan dirinya kepada masyarakat khususnya di Surabaya. Dua pesaing Beyond yaitu Axioo dan Moire sama-sama melayani jasa fotografi pernikahan. Axioo dan Moire memperkenalkan studio fotografi mereka menggunakan media-media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *website* dan mengikuti acara *Wedding Fair* untuk menarik perhatian klien. Kompetitor Beyond Portrait sudah *go online* melalui media sosial salah satunya melalui *website*. Melalui media tersebut, klien akan membandingkan studio fotografi satu dengan yang lainnya, sehingga sarana untuk memperkenalkan diri harus dapat menunjukkan siapa studio fotografi tersebut dan apa yang membuat studio fotografi tersebut berbeda dari studio fotografi lainnya.

Beyond Portrait melihat adanya situasi ini sangat menantang untuk mendapatkan kepercayaan dan loyalitas klien maupun calon klien pada Beyond

Portrait sehingga Beyond Portrait harus menceritakan dirinya kepada klien dan calon klien sehingga dibutuhkan satu sarana untuk menceritakan profil Beyond Portrait ini, sehingga *website* menjadi salah satu cara untuk menunjukkan diri Beyond dan membangun hubungan jangka panjang dengan klien maupun calon klien.

Website dapat menimbulkan *awareness* dari klien dan calon klien potensial bahwa Beyond Portrait itu ada atau eksis, karena *website* dapat diakses selama 24 jam. Mengingat begitu banyaknya klien dan calon klien yang sudah *go online* lebih senang mencari informasi tentang apa yang mereka butuhkan secara *online* daripada *offline*. Selain itu, *website* dipandang sebagai satu bentuk profesionalisme sebuah perusahaan. Perusahaan akan dipandang lebih terpercaya, bonafit, dan profesional jika memiliki *website* pribadi. Maka Beyond Portrait memutuskan untuk membuat satu *website* profil. Melalui *website* profil ini, Beyond Portrait dapat menceritakan dirinya, apa karakter dari Beyond Portrait, informasi-informasi lainnya mengenai Beyond Portrait secara jelas dan lengkap agar klien maupun calon klien dapat

membangun loyalitas pada Beyond Portrait. Media sosial lainnya seperti *Instagram* yang juga digandrungi banyak orang dapat menjadi sarana pendukung namun tidak dapat secara lengkap menceritakan diri Beyond Portrait.

Beyond Portrait adalah salah satu studio fotografi yang ternama khususnya di Surabaya. Beyond Portrait sudah berdiri sejak tahun 2004 dan didirikan oleh Rudy Hartanto Liem. Bertempat di jalan Simpang Darmo Permai Utara V/5-7, Surabaya, Jawa Timur. Ciri khas foto yang spontan dan hasil fotonya yang terlihat natural menjadi karakter dari Beyond. Sesuai dengan konsep foto yang menjadi pedoman mereka yaitu *fun, gorgeous, chic*. Beyond Portrait memiliki *tagline* "*Capture the real you*" untuk menunjukkan gaya pemotretan Beyond Portrait yang menyenangkan agar mendapatkan hasil yang menunjukkan diri klien tersebut.

Produk-produk yang ditawarkan oleh Beyond Portrait adalah fotografi pernikahan, masa kehamilan, bayi, keluarga, ulang tahun, wisuda, dan spontan. Dengan terdiri dari sepuluh kru yang turut berkerja di depan layar maupun di belakang layar, dibagi menjadi empat divisi yaitu divisi pemasaran, divisi fotografer, editor, dan penata rias. Tim ini lah yang berada di balik kesuksesan Beyond Portrait sebagai salah satu studio fotografi di Surabaya.

Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan tugas akhir ini adalah menumbuhkan *awareness* sekaligus membangun loyalitas dan hubungan jangka panjang dengan klien Beyond Portrait dengan menceritakan tentang diri Beyond Portrait sebagai studio fotografi yang memiliki karakter atau ciri khas pemotretan yang spontan.

Metode Penelitian

Data yang Dibutuhkan

- Data Primer

Didapatkan melalui wawancara dari yang bersangkutan secara langsung. Narasumber yang akan diwawancara adalah pemilik Beyond Portrait, dan tim Beyond Portrait. Dalam perancangan ini, perolehan data primer ditujukan untuk mengumpulkan informasi mengenai profil perusahaan. Guna melengkapi informasi yang menunjang perancangan multimedia interaktif *website* profil. Informasi yang dikumpulkan adalah lokasi perusahaan, sejarah perusahaan, tim perusahaan, portfolio fotografi dan klien perusahaan.

- Data Sekunder

1. Informasi mengenai cara membuat *layout* yang baik
2. Informasi mengenai dasar-dasar pengembangan *website* dengan HTML dan PHP

Pengumpulan Data

- Wawancara

Mengumpulkan informasi secara langsung dengan cara menanyakan langsung kepada pendiri perusahaan guna melengkapi data yang diperlukan dengan tujuan mendapatkan penjelasan dan pemahaman orang tersebut. Tujuan wawancara pada umumnya adalah menggali sudut pandang dari subyek yang diteliti.

- Studi Literatur

Mengumpulkan bahan pembelajaran membuat *website* yang baik melalui buku dan mempelajari dasar-dasar pengembangan *website* dengan HTML dan PHP melalui buku-buku literatur dan internet yang kemudian dirangkum sesuai kebutuhan untuk dijadikan bahan pengetahuan bagi konten *website*.

- Internet

Mengumpulkan informasi tentang *website* dan perkembangan *website* dengan cara *browsing*, karena semakin cepatnya internet jaman sekarang membuat semakin mudahnya informasi didapatkan, namun tetap harus memperhatikan validitas dari artikel tersebut.

- Observasi

Pengamatan yang bertujuan untuk mendapatkan data tentang masalah sebagai informasi. Obyek pengamatannya adalah gaya desain saat ini yang sedang tren maupun gaya desain yang lama yang cocok untuk perancangan ini. Materi yang didapatkan untuk menyampaikan pesan secara sistematis dan mudah dimengerti lalu dituangkan ke dalam proyek.

Metode Analisis

- Metode Kualitatif

Metode yang digunakan dalam perancangan tugas akhir ini adalah metode kualitatif. Metode ini dilakukan dengan cara wawancara kepada narasumber secara langsung. Metode ini sukar diukur dengan angka, mengingat data yang diperoleh merupakan kata-kata. Data yang dihasilkan subyektif daripada survei kuantitatif. Tujuan dari metode ini kualitatif adalah agar dapat mengenal subyek secara langsung.

- Metode Kualitatif

Strength (Kekuatan)

Memiliki ciri khas yang berbeda dari vendor fotografi lainnya seperti gaya foto, cara pemotretan, maupun pendekatan kepada klien. Pelayanannya cepat karena dibagi ke berbagai divisi yang fokus pada satu hal, ramah, dan menyenangkan. Selain itu, Beyond adalah salah satu vendor fotografi yang sudah profesional.

Weakness (Kelemahan)

Masih banyak orang yang belum mengetahui Beyond Portrait karena media promosi yang kurang.

Opportunities (Kesempatan)

Mengenalkan brand yang menarik dan mempunyai ciri khas pada jaman yang terbuka pada teknologi. Semakin banyak orang yang ingin mendokumentasikan momen-momen penting, semakin banyak pula orang yang *online* dan mengakses *website*.

Threats (Ancaman)

Banyaknya saingan vendor fotografi lainnya yang lebih terkenal dan menarik. Saingan vendor fotografi lain juga mengadakan promo-promo fotografi yang dapat menarik minat klien maupun calon klien.

Landasan Teori

Sebuah situs web adalah sebutan bagi kelompok halaman web, yang umumnya berada di bawah satu nama domain atau subdomain di *World Wide Web* (www) di internet. Halaman-halaman sebuah situs web diakses dari sebuah URL yang menjadi akar, yang disebut *homepage* atau sering disebut beranda/halaman muka dan biasanya disimpan dalam server yang sama. Situs web juga merupakan sarana yang memegang peranan utama dalam menampung setiap informasi dari konsumen dalam bisnis *e-commerce*.

Halaman-halaman sebuah situs web diakses dari sebuah URL yang menjadi akar yang disebut *homepage* (halaman induk atau beranda) (“Website”, Par.5) dan biasanya disimpan dalam sebuah server yang sama. Halaman web dapat dilihat atau diakses melalui jaringan komputer dan internet, perangkatnya berupa komputer, laptop, *smartphone*, dan telepon seluler. Tidak semua situs web dapat diakses secara gratis melainkan membutuhkan pembayaran agar dapat menjadi pelanggan, misalnya situs berita layanan surat elektronik.

Website adalah situs halaman sistem informasi yang dapat diakses secara cepat dan digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar, animasi, suara, yang bersifat statis maupun dinamis dalam satu halaman. Sebuah halaman web ditulis dalam format HTML (Hyper Text Markup Language) yaitu protokol yang menyampaikan informasi dari server website, CSS (Cascading Style Sheet) untuk tampilan luarnya yang nantinya ditampilkan kepada para pemakai melalui *web browser*. Melalui perkembangan teknologi, tercipta suatu jaringan antar komputer yang saling berkaitan. Jaringan tersebut dikenal dengan istilah internet yang perkembangannya menjadi pesan-pesan elektronik seperti *e-mail* dan website. (Graham, Ian S, 43) Semua publikasi dari website tersebut dapat membentuk sebuah jaringan informasi yang sangat besar.

Jenis Website Statis

Situs web statis adalah situs di mana pengguna web tidak dapat mengubah konten dari web menggunakan browser, halaman-halaman web tidak memiliki database, data dan informasi. Dengan kata lain, isi web akan sama dengan apa yang ada di web server dengan apa yang dilihat oleh pengunjung, dan hamper tidak pernah berubah.

Dinamis

Situs web dinamis adalah situs yang di dalamnya terjadi interaksi antara pengguna dan server. Pengguna dapat mengubah konten dari halaman tertentu. Situs web ini memiliki database, data, dan informasi yang berbeda-beda tergantung pada pengunjung. Situs web ini sering diperbaharui oleh penggunanya dan bahkan di-*update* setiap harinya.

Bahasa Pemrograman

HTML (HyperText Markup Language)

Bahasa ini adalah bahasa markup untuk memasukkan konten-konten ke dalam satu halaman web. HTML saat ini merupakan standar internet yang didefinisikan dan dikendalikan penggunaannya oleh World Wide Web Consortium (W3C). HTML menjadi bahasa standar yang dapat dibaca oleh semua jenis gadget seperti komputer, laptop, maupun *smartphone*. Dalam semua file HTML harus selalu dimulai dengan `<html>` dan diakhiri dengan `</html>`. Kode HTML tersebut harus terletak di antara tag kontainer. Bagian-bagian dari HTML adalah header, body, dan footer. Header yang terdiri dari logo perusahaan, judul, navigasi dan gambar awal yang menjadi awal dari website. Body yang berisi informasi-informasi seperti teks paragraf, gambar, dan video. Footer yang berisi kontak, copyright, dan navigasi kedua.

CSS

CSS adalah suatu kumpulan kode-kode untuk memformat dan mengendalikan tampilan dari suatu halaman. CSS biasanya digunakan penulis untuk menentukan warna, jenis huruf, tata letak, dan aspek-aspek lainnya yang berhubungan dengan tampilan website. CSS memungkinkan halaman yang sama untuk ditampilkan dengan cara yang berbeda.

PHP

PHP adalah sebuah bahasa scripting yang terpasang pada HTML. PHP digunakan untuk membuat tampilan web menjadi lebih dinamis dan dapat menjalankan beberapa file dalam satu file dengan cara memanggil PHP tersebut. PHP dapat digunakan dengan gratis dan bersifat open source. PHP sudah dapat berinteraksi dengan beberapa database walaupun dengan kelengkapan yang berbeda seperti MySQL, Oracle, Interbase, MSSQL.

Elemen Website Layout

Layout website terdiri dari teks dan gambar yang akan ditata sedemikian rupa menjadi satu kesatuan yang indah dan harmonis. Tata letak dari teks dan gambar harus berdasarkan hierarki agar pengunjung dapat dengan mudah memahami website tersebut.

Warna

Warna pada website biasanya berhubungan dengan brand dari produk atau perusahaan tersebut. Warna yang dipakai pada website adalah warna *RGB* (*Red, Green, Blue*). Warna akan memberikan kontribusi untuk tampilan dan nuansa dari website.

Graphic

Graphic adalah gambar yang terdapat pada website. *Graphic* tidak boleh terlalu berat agar website dapat berjalan lebih optimal.

Tipografi

Tipografi adalah jenis typeface yang digunakan pada website. Ukuran font tidak boleh terlalu besar ataupun terlalu kecil karena akan sangat mempengaruhi pembaca. *Google* menyediakan berbagai macam typeface yang dapat digunakan pada website.

Konten

Konten harus berhubungan dengan isi website. Ada bermacam-macam konten yang dapat dimasukkan ke dalam sebuah website seperti artikel, video, gambar, dan tampilan halaman depan.

Company Profile

Perusahaan dapat didefinisikan sebagai beberapa orang yang berkumpul dan berkerjasama untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam perkembangannya, sebuah perusahaan membutuhkan media yang memuat perjalanan perusahaan tersebut dan prestasi-prestasi yang telah dicapainya sebagai suatu catatan sejarah perusahaan sekaligus sebagai media presentasi untuk memperkenalkan perusahaan kepada pihak lain. Media ini lebih dikenal dengan sebutan *company profile* (profil perusahaan). Dengan demikian dapat dikatakan *company profile* merupakan hal-hal yang menceritakan kebaikan tentang sebuah perusahaan sehingga orang yang melihat tertarik. Sedangkan fungsi-fungsi lain dari *company profile* adalah alat marketing, materi *branding*, dan pelengkap penawaran. *Company profile* yang baik adalah *company profile* yang mampu menyampaikan informasi lengkap mengenai perusahaan. Bahasa yang akan digunakan sebaiknya disesuaikan dengan *target audience* yang dituju. (Rosen 40)

Seiring perkembangan jaman, manusia semakin maju dan bidang usaha semakin bervariasi. Oleh karena itu, secara otomatis di manapun manusia berada, akan selalu bertemu dengan pesan-pesan verbal maupun visual yang memperebutkan tempat di benak khalayak. Sehingga, produk tersebut harus memiliki

brand awareness di benak konsumen. *Brand awareness* adalah keberadaan pengetahuan konsumen tentang suatu merek. Maka tujuan dari promosi adalah membuat konsumen sadar akan brand tersebut.

Untuk dapat merebut tempat di benak konsumen, perusahaan harus memiliki sesuatu yang menggambarkan tentang apa dan bagaimana perusahaan beserta produk/jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Masing-masing perusahaan harus memiliki sesuatu yang unik dari *brand* mereka agar konsumen dapat tertarik dan memilih *brand* tersebut. Dalam mengenalkan perusahaan tersebut perlu melakukan pemilihan media yang tepat. Hal ini dapat dilakukan dengan banyak hal salah satunya dengan membuat *company profile*.

Jenis Company Profile

Berikut adalah jenis-jenis *company profile* sesuai dengan media dan fungsi yang dituju (Rosen, 2013, 45) :

Text Company Profile

Berbentuk teks tertulis sehingga harus ditata dengan rapi dan memperhatikan kata-kata yang dipakai. Kata-kata yang dipakai harus menggunakan kalimat formal dan ejaan yang disempurnakan.

Graphic Company Profile

Berbentuk gambar dan teks. Menggabungkan gambar dengan teks menjadi satu kesatuan yang bagus dan menarik. Bersifat lebih variatif dibanding *Text Company Profile*.

Interactive Company Profile

Sifat dari *company profile* ini adalah adanya interaksi dengan *target audience* dimana *target audience* dapat memilih informasi mengenai perusahaan yang ingin mereka ketahui melalui *company profile* ini.

Online Company Profile

Berbentuk *online* seperti *website* dan *blog*. Dapat dirancang sesuai dengan citra perusahaan tersebut, menggabungkan gambar, teks, video, dan lagu ke dalam satu halaman domain.

Data Perusahaan

Nama studio fotografi yang menjadi objek perancangan adalah Beyond Portrait.

■ BEYOND PORTRAIT

Gambar 1. Logo beyond portrait

Produk-produk yang ditawarkan

- Fotografi pra-pernikahan.

Fotografi untuk pasangan sebelum pernikahan yang ditujukan untuk menceritakan masa-masa pacaran

atau masa pengenalan diri dengan pasangan melalui foto-foto tersebut.

- Fotografi pernikahan

Fotografi pada hari pernikahan. Memotret keseluruhan acara termasuk tamu-tamu yang datang, keluarga, maupun pasangan. Bertujuan untuk mengabadikan momen kebahagiaan dalam pernikahan.

- Fotografi masa kehamilan

Fotografi untuk ibu yang sedang hamil yang kandungannya berumur 5-9 bulan. Bertujuan untuk mengenang masa kehamilan. Biasanya berlanjut sampai pada bayi tersebut dilahirkan.

- Fotografi anak/bayi

Fotografi untuk anak-anak dan bayi baik yang masih balita sampai yang sudah berumur 10 tahun untuk mengenang masa kanak-kanak yang menyenangkan.

- Fotografi wisuda

Fotografi untuk mahasiswa yang dinobatkan lulus dari perguruan tinggi. Bertujuan untuk mengenang hari besar wisuda bersama orang-orang terdekat.

- Fotografi keluarga

Fotografi untuk keluarga yang ingin memiliki foto keluarga yang terkonsep. Konsep foto ini disesuaikan dengan masing-masing keluarga.

- Fotografi ulang tahun

Fotografi untuk hari perayaan ulang tahun. Bertujuan untuk melihat perkembangan seseorang tiap tahunnya.

Positioning/USP Produk

Beyond portrait adalah salah satu studio fotografi di Surabaya, Jawa Timur. Di mata konsumen, Beyond memiliki ciri khas yang spontan, dan pelayanannya yang *fun*. Dilihat dari banyaknya klien yang dekat dengan para staff di Beyond Portrait sebelum maupun sesudah pemotretan, serta banyak konsumen yang memakai Beyond terus-menerus. Beyond portrait memiliki satu *tagline* yaitu "*Capture The Real You*". *Tagline* ini yang menjadi ciri khas dari Beyond Portrait, untuk mengambil gambar yang menunjukkan diri klien tersebut. Dengan proses pemotretan yang menyenangkan membuat hasil foto dari Beyond Portrait dapat menunjukkan *tagline* tersebut. Untuk mendapatkan hasil foto yang "*Capture The Real You*", pemotretan dilakukan dengan cara bermain dan berinteraksi antar klien, lalu fotografer akan memotret berkali-kali untuk mendapatkan ekspresi wajah yang dapat merepresentasikan klien.

Konsumen

Konsumen dari Beyond Portrait berasal dari Surabaya. Dengan harga produk yang cukup tinggi, maka membuat konsumen berasal dari kalangan menengah dan atas. Konsumen yang datang terdiri dari bermacam-macam usia mulai dari remaja sampai dewasa. Konsumen remaja biasanya mencari vendor fotografi untuk ulang tahun, perpisahan kelas, dan foto kelas. Konsumen dewasa biasanya lebih beragam, mulai dari foto wisuda, ulang tahun, pre-

wedding, pernikahan, masa kehamilan, sampai fotografi anak.

Informasi Pesaing

Axioo adalah pesaing utama dari Beyond Portrait. Axioo adalah vendor fotografi yang berada di Jakarta dan Surabaya. Didirikan oleh David Soong, dan memiliki 17 kru yang turut membantu pemotretan. Axioo adalah vendor fotografi yang dikenal oleh banyak orang melalui media-media sosial. Axioo sering mengadakan seminar-seminar kreatif dan fotografi dan menginspirasi banyak orang.

Moire Photography adalah pesaing kedua Beyond Portrait. Moire didirikan oleh Maximilian John pada tahun 2009. Moire Photography berbasis di Surabaya, namun juga dapat melayani wilayah di luar Surabaya dan di luar negeri. Moire fokus pada fotografi pra-pernikahan dan pernikahan saja. Sekarang Moire mempunyai dua orang fotografer untuk pernikahan.

Citra Perusahaan

Citra perusahaan Beyond Portrait di mata masyarakat adalah studio fotografi yang memiliki ciri khas spontan, pelayanannya yang *fun*, dan dipercaya oleh banyak klien yang selalu memakai Beyond untuk acara-acara yang memerlukan studio fotografi.

Kegiatan Promosi

Media promosi yang digunakan adalah melalui media-media sosial seperti *facebook*, *instagram*. Namun juga melalui media publik seperti membuka *booth display* di Mall Ciputra World, Surabaya yang berada di lantai

Kesimpulan Analisis

Beyond Portrait adalah sebuah studio fotografi profesional yang memiliki ciri khas yang berbeda dari studio fotografi lainnya dan *positioning* yang kuat yang dapat dijadikan kekuatan penetrasi pasar. Namun, masih banyak orang yang belum mengenal Beyond Portrait. Beyond mempunyai peluang pasar yang dapat diperluas dengan adanya penambahan media informasinya, selain itu masyarakat semakin tertarik untuk mendokumentasikan momen-momen penting dengan fotografer yang profesional. Di samping itu adanya ancaman pesaing studio fotografi lainnya yang juga memiliki ciri khas tersendiri.

Konsep Perancangan

Isi Pesan

- Sejarah terbentuknya Beyond Portrait dan asal nama Beyond Portrait.

-Beyond merupakan studio fotografi yang profesional.

-Beyond merupakan studio fotografi yang mempunyai berbagai macam produk unggulan dari fotografi anak,

wisuda, ulang tahun, keluarga, pra-pernikahan, pernikahan, dan masa kehamilan.

Bentuk Pesan

Pesan verbal disampaikan dalam perancangan *website* ini adalah mendapatkan loyalitas dari klien maupun calon klien dengan cara menceritakan profil Beyond Portrait secara jelas dan lengkap.

Pesan visual dalam perancangan *website* ini menggunakan warna hitam, putih, dan abu-abu untuk menimbulkan kesan elegan dan profesional, tata letak yang minimalis agar pengunjung dapat nyaman untuk melihat kesatuan *website*.

Target Audience

Demografis :

- Umur : 22 tahun - 35 tahun
- Jenis Kelamin : Perempuan 50%, Laki-laki 50%

Geografis :

- Wilayah : Surabaya, Jawa Timur

Psikografis :

- Memiliki pemikiran yang terbuka pada teknologi dan menyukai sesuatu yang memiliki nilai artistik

Behaviour :

- Konsumen menginginkan mengabadikan momen kebahagiaan bersama dengan orang-orang terdekat dan mencari tempat dan vendor fotografi yang dapat memenuhi keinginannya.

Program Kreatif

Nama domain yang digunakan dalam perancangan ini adalah www.beyondportrait.photography.

Hosting

Sistem Server yang digunakan adalah *windows*, karena program di *windows* lebih mudah dibandingkan dengan *linux*. *Disk Space* yang digunakan adalah unlimited, karena banyaknya foto-foto yang akan dimasukkan ke dalam *website* sehingga membutuhkan *disk space* yang cukup besar. *Bandwidth* yang dibutuhkan adalah *unlimited bandwidth* agar transfer data dapat dilakukan baik dalam negeri maupun luar negeri. *Domains Allowed* yang diperbolehkan adalah 10 domain dalam satu paket hosting. *Database unlimited* untuk hasil kerja yang lebih maksimal.

Struktur Desain

- Home

Halaman utama atau beranda dari website Beyond Portrait.

- About Beyond Portrait

Halaman untuk memperkenalkan sejarah Beyond Portrait sampai sekarang, bagaimana pemotretan di Beyond berjalan dan memperkenalkan siapa saja pegawai Beyond Portrait.

- Portfolio

Halaman untuk menunjukkan hasil-hasil fotografi dari Beyond Portrait secara lengkap.

- Services

Halaman untuk memberikan informasi tentang apa saja produk yang ditawarkan oleh Beyond, beserta harga dari setiap kategori fotografi.

- Contact Us

Halaman untuk memberikan informasi tentang di mana kantor Beyond Portrait yang dilengkapi dengan *google maps*, nomor telepon Beyond, dan alamat *email* Beyond.

Konten

Teks, gambar, video, animasi gerak, navigasi.

Alur Desain

Halaman *website* dibuat berbentuk *parallax* atau *one page*. *Parallax* adalah semua halaman yang dijadikan menjadi satu halaman website, namun dapat dikembangkan ke anak halaman lain jika diperlukan. Satu halaman dengan halaman lain dihubungkan dengan *hyperlink*.

Konsep Visual

Tone Warna

Tone warna yang akan digunakan menjadi warna utama dalam website ini adalah hitam, putih, dan abu-abu muda. Warna-warna ini dikombinasikan untuk mendapatkan kesan elegan, dan profesional.

Tipografi

Jenis font yang akan dipakai dalam navigasi dan teks adalah Lato Sans Serif yang tidak memiliki kaki-kaki menimbulkan kesan nyaman dibaca. Jarak antar huruf tepat dan mudah dibaca.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar 2. Jenis typeface untuk navigasi

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar 3. Jenis typeface untuk teks

Design Style

Gaya desain yang dipakai adalah *Swiss style*. *Swiss style* memiliki ciri desain yang sederhana, tidak rumit, dan mengutamakan pesan yang akan disampaikan. Penggunaan grid dalam proses desain, simetris,

minimalis dan menggunakan tipografi *Sans Serif*. Biasanya digunakan dalam *corporate identity*.

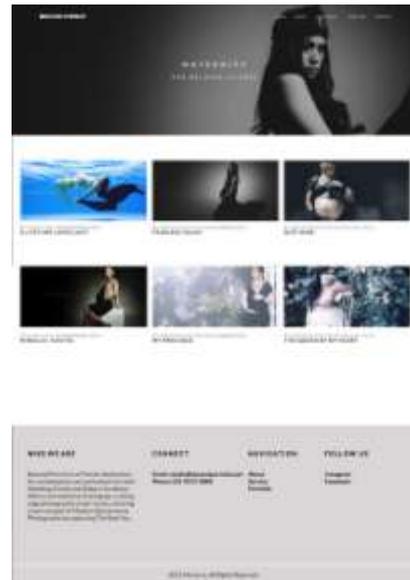
Media Penunjang

- Brosur Katalog
Brosur berbentuk *fold brochure* berisi tentang sekilas info mengenai Beyond Portrait dan *website* Beyond Portrait. Ditujukan untuk mengintegrasikan ke *website* Beyond Portrait.
- Stiker Mobil
Stiker yang dipasang di mobil untuk diintegrasikan menuju *website* Beyond Portrait melalui *barcode*.
- Kartu Nama
Mengintegrasikan menuju *website* Beyond Portrait dengan menggunakan *barcode*.
- Web Banner
Mengintegrasikan menuju *website* Beyond Portrait dengan menggunakan iklan di situs vendor jasa untuk pernikahan seperti Bride Story.
- E-catalog Promotion
Klien maupun calon klien dapat mengunduh katalog dan melihat katalog secara *offline*.
- Photo Clip
Video berisikan portfolio dari Beyond Portrait.

Final Artwork



Gambar 3. Halaman home



Gambar 4. Halaman portfolio



Gambar 5. Halaman about



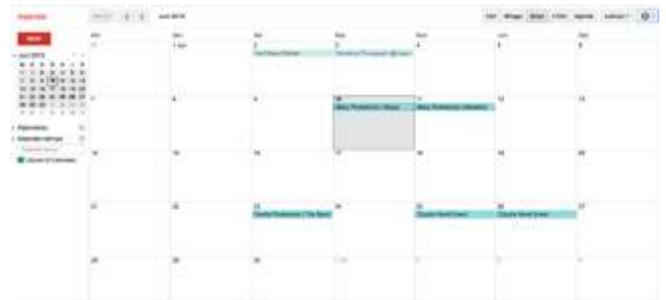
Gambar 6. Halaman services



Gambar 7. Halaman contact



Gambar 8. Online booking



Gambar 9. Online booking



Gambar 10. Brosur katalog



Gambar 11. Kartu nama



Gambar 12. Stiker mobil



Gambar 13. Barcode website beyond portrait



Gambar 16. Desain e-catalog promotion



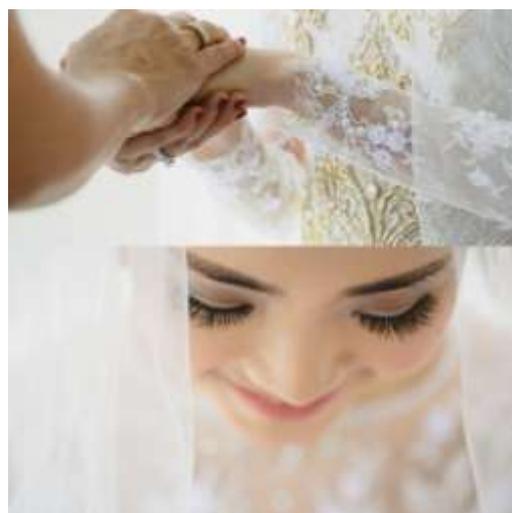
Gambar 14. E-catalog promotion



Gambar 17. Desain e-catalog promotion



Gambar 15. Desain e-catalog promotion



Gambar 18. Desain e-catalog promotion



Gambar 19. Desain e-catalog promotion



Gambar 21. Desain e-catalog promotion



Gambar 20. Desain e-catalog promotion



Gambar 22. Desain e-catalog promotion



Gambar 23. Desain e-catalog promotion

Kesimpulan

Setelah melakukan observasi lapangan, studi literatur, dan wawancara langsung, maka penulis dapat menarik kesimpulan dari perancangan ini. Suatu perusahaan atau studio harus memiliki profil yang jelas dan menarik untuk mendapatkan kepercayaan dari klien maupun calon klien potensial. Hal ini disebabkan banyaknya pesaing dalam bidangnya yang memiliki ciri khas tersendiri. Dibutuhkan satu sarana untuk menyampaikan profil, salah satunya dengan memiliki *website*.

Website dapat menimbulkan awareness dari klien maupun calon klien potensial agar dapat mendapatkan informasi kapan saja dan di mana saja tanpa ada batasan waktu dan tempat. Selain itu memiliki *website* pribadi akan dipandang lebih profesional. *Website* yang bagus, jelas dan mudah dipahami akan membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang dengan klien maupun calon klien.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur atas berkat dan rahmat Tuhan yang maha esa yang telah memberi anugerah sehingga penulis dapat menyelesaikan perancangan ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa perancangan ini tidak dapat selesai tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membimbing dan membantu penulis untuk dapat menyelesaikan perancangan ini. Berikut ucapan terima kasih disampaikan;

1. Drs. Arief Agung S., M.Sn selaku dosen pembimbing 1 yang membimbing penulis dalam perancangan tugas akhir ini. Penulis juga berterima kasih atas setiap masukan, kritikan, dan saran yang telah diberikan kepada penulis dalam perancangan ini.
2. Adiel Yuwono, S.Sn selaku dosen pembimbing 2 yang membimbing penulis dalam perancangan tugas akhir ini. Penulis juga berterima kasih atas setiap masukan, kritikan, dan saran yang telah diberikan kepada penulis dalam perancangan ini.
3. Luri Renaningtyas, ST.,M.Ds dan Anang Tri Wahyudi, S.Sn.,M.Sn. selaku dosen penguji sidang 1 dan 2 yang memberikan masukan saran dan kritik yang dapat dikembangkan dalam penelitian ini.
4. Aristarchus Pranayama K.,B.A.,M.A. selaku ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual yang turut mempelancar keberlangsungan penyelenggaraan tugas akhir ini.
5. Dosen pengajar dan staff Tata Usaha Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra terutama Maria Nala Damayanti, S.Sn.,M.Hum. dan Daniel Kurniawan S.,S.Sn.,M.Med.Kom. serta ibu Elvira Adhi dan ibu Marni.
6. Perpustakaan Universitas Kristen petra yang menjadi sarana didalam penulisan penelitian ini.
7. Keluarga tercinta yang senantiasa mendukung baik dari segi waktu, tenaga, material dan doa sehingga perancangan ini dapat diselesaikan.
8. Teman-teman yang senantiasa mendukung penulis dalam menjalani proses penyusunan tugas akhir ini.
9. Pihak-pihak lain yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan penelitian ini yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa perancangan ini masih jauh dari sempurna sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun dan dikembangkan ke depannya. Penulis juga memohon maaf apabila terdapat kata-kata yang kurang berkenaan. Akhir kata, semoga perancangan ini dapat berguna dan memberi pengetahuan kepada para pembaca. Sekian dan terima kasih

Daftar Pustaka

- “Definisi Web User Experience.” 2011. 25 Januari 2012
<<http://21highreolution.multiply.com/journal/item/16?&show-Interstitial=1&u=%2Fjournal%2Fitem>>
- Graham, Ian. (2009). *Making Website*. Sydney: Orleans Publishing.
- Herlambang, Ferry. (2005). *Desain dan Editing Web dengan Photoshop CS Image Ready dan Dreamweaver MX*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.

Kasilo, Djito. (2008). *Menembus G-Spot Konsumen Indonesia*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.

Krug, Steve. (2006). *Don't Make Me Think*. Berkeley: New Rider Publishing.

“Perusahaan.” *Wikipedia bahasa Indonesia, Ensiklopedia bebas*. 10 Februari 2009. Wikipedia Foundation. 28 Maret 2009.
<www.id.wikipedia.org/wiki/Perusahaan>

“Profil.” *Wikipedia bahasa Indonesia, Ensiklopedia bebas*. 10 Februari 2009. Wikipedia Foundation. 28 Maret 2009.
<www.id.wikipedia.org/wiki/Profil>

Suyanto, Asep Herman. (2007). *Step by Step: Web Design, Theory and Practices*. Yogyakarta: ANDI.